

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Promosi menggunakan akun Instagram Sobatbantas berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk kuliner. Hal tersebut dikarenakan nilai t hitung sebesar $15,557 > t$ tabel $3,745$ dengan nilai Sig sebesar $0,000 < 0,05$. Artinya akun Instagram “Sobatbantas” mampu mempengaruhi konsumen untuk melakukan pembelian melalui informasi yang disampaikan. Semakin aktif akun tersebut melakukan promosi maka akan semakin meningkat keputusan pembelian yang dilakukan konsumen dalam membeli produk kuliner di Kota Banjarmasin. Hal ini dikarenakan akun Instagram Sobatbantas mampu menggunakan media sosial Instagram dengan efektif sehingga informasi yang disampaikan dapat dipercaya konsumen dan akun tersebut dapat menjalin komunikasi yang baik dengan pengikut atau konsumen.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian di atas, peneliti memberikan beberapa saran yang dapat diberikan adalah:

1. Bagi pemilik akun diharapkan lebih dapat membangun social networking baik dengan dengan konsumen ataupun produsen. Serta meningkatkan kreatifitas dalam membuat konten.

2. Bagi konsumen atau pembeli diharapkan menyaring segala informasi yang didapatkan dan membagikan informasi mengenai produk kuliner di Kota Banjarmasin untuk memperkenalkan produk kuliner para pelaku umkm.
3. Bagi peneliti selanjutnya apabila ingin meneliti hal yang sama, maka disarankan agar menambah variabel selain dengan yang termuat pada penelitian ini, yang mungkin berpengaruh terhadap keputusan pembelian agar hasil penelitian yang didapatkan lebih baik dan lebih mendalam sehingga dapat dijadikan referensi maupun informasi tambahan bagi peneliti lainnya di masa mendatang.